Kundenbindung im Einzelhandel:

Kinderbekleidung Punkten bei Bogner und Ralph Lauren

SmartLoyalty AG

Kundenkarten als Argument für die Stammkundschaft

„Wir sind mit unserem Kinderladen umgeben von 3 Mitbewerbern." sagt die attraktive Unternehmerin Cornelia Mayor. Ihr geschmackvolles Kinderbekleidungsgeschäft liegt in bester Lage an der „vornehmen" Wilhelmstraße in Wiesbaden.

„Wir verkaufen hochwertige Waren von Bogner bis Ralph Lauren. Um meiner Stammkundschaft Argumente liefern zu können, die etwas bessere aber auch teurere Qualität zu kaufen, brauchte ich ein zusätzliches Argument." gibt die Chefin unumwunden zu. „Während meine Mitbewerber schon mit Rabatten um sich werfen, kann ich noch meine Kunden mit Aktionen und Extrapunkten glücklich machen. [...] das ist natürlich viel günstiger, da nur etwa 20% unserer Kunden Ihre Punkte einlösen. Ich hoffe das bleibt auch so!"

Kaufkraft steht auf Kundenkarten

„Wir haben auch sehr wohlhabende Kunden, die hier für Ihre Kinder einkaufen. Mich wundert, dass diese teilweise am meisten hinter den Punkten her sind! ...aber sie müssen es wissen."

SmartLoyalty AG

Neukundengewinnung: Kunden in Urlaubslaune als Besonderheit

„Wir haben auch viele sehr nette ausländische Kunden. Ich habe Kooperationen mit 4 der bekanntesten Hotels in der Umgebung, Dort liegen die Kundenkarten von uns aus. Allerdings nur eine günstige Kunststoff-Attrappe. Habe ich die Kunden erst einmal im Laden, gibt es die richtige Shorties-Card. Eine Karte wirkt viel mehr als nur ein Flyer…“

Motivation der Mitarbeiter: Nicht ohne meine Mädels

„Zur Einführung der eigenen Kundenkarte habe ich mich schon mit meinen ‚Mädels‘ zusammengesetzt und jede durfte Ihre Ideen mit einbringen. Damit habe ich sichergestellt, dass die Karten nicht als zusätzliche Belastung, sondern als ‚Ihre Karte‘ angesehen wird. So können wir es mit jedem Filialisten aufnehmen!“

- Dantestraße 4-6
  D-65189 Wiesbaden
- Tel.: +49(611) 900 96 - 0
  Fax +49(611) 900 96 - 29
- info@smartloyalty.de
  www.smartloyalty.de